

26-Jan.-2016

静岡文化芸術大学 地域連携室

富田 晋司 Tomita Shinji

## 地域メディアの概要～コミュニティ放送とケーブルテレビ

### 1. コミュニティ放送

- ・一般に「コミュニティFM」といわれるコミュニティ放送は「一つの市町村」程度のエリアを対象とした放送事業で、電波法による無線局免許が必要である。概要は下記の通り。

①放送対象:「一の市町村の一部の区域の需要に応えるための放送」(放送法施行規則)

②電波利用:FM 波(超短波放送、日本では 76～90MHz)

③空中線出力 20W 以内、平地の場合およそ直径 7～10km で聴取可能。

④事業形態:放送法の一般放送事業者

運営の多くは株式会社、一部に NPO 法人、協同組合など、運営費は放送広告料、寄付等

⑤大学と密接な関係にある FM 局も

エフエム甲府(甲府市・山梨学院大):本社スタジオが大学内にある

エフエムハムスター(広島市安佐南区・広島経済大学)

:学生と教員中心の NPO が運営、学内のメディア情報センターに本社・スタジオ

- ・コミュニティ FM は 2015 年 11 月 1 日現在、全国で 294 局(総務省・電波利用 HP)開設されている。平常時には地域の身近な情報をきめ細かく提供する放送メディアとして市民に親しまれ、災害時には放送エリアに関わる正確かつ迅速な情報提供により極めて重要なセーフティネットとしての役割を果たすことが期待されている。

- ・「コミュニティ放送調査:2012 年 3 月」

(日本広報学会・静岡ワークライフ研究所 共同研究プロジェクト)

#### ①事業者の経営形態と行政との関係

放送事業者の形態は、回答 100 の内、株式会社が 92%、特定非営利活動(NPO)法人が 7%、協同組合が 1%(茨城県日立市の FM ひたち・ファイトマイタウン協同組合)であった。行政の出資については、出資が「ある」が 40%、「なし」が 58%、出資比率で見ると最も多かったのは「10%以上 15%未満」の 10 事業者、次いで「5%以上 10%未満」の 7 事業者であった。回答のあった事業者の内、出資比率が最も高かったのはエフエムあやべ(京都府綾部市)の 61%、次いでエフエム小国(熊本県小国町)の 50%、エフエムしばた(新潟県新発田市)の 49%等である。

その他の行政(地方自治)との関係については「議会中継あり」(中央エフエム・東京都中央区)、「市役所にアンテナと送信所を設置」(柏崎コミュニティ放送・新潟県柏崎市)、「行政職員の番組への定期的出演」(FM よみたん・沖縄県読谷村)などの回答があった。

行政の番組・CM 提供については「レギュラー番組あり」が 91%、「CM 提供あり」が 24%(重複あり)で、どちらもないのは 8%であった。行政提供のレギュラー番組は週 3 回以上が最も多く 67%、週 1 回が 15%、週 2 回が 9%、提供者は市町村が最も多く 85%、都道府県が 16%、その他(複数市町村、内閣府、公立文化施設など)が 24%あった。

#### ②災害防災協定と防災番組

行政と災害防災協定を「締結している」事業者は 85%、「締結していない」は 15%、「締結している」の内 39 の事業者は複数の自治体と協定を締結している。協定締結の如何にかかわらず、ほとんどの事業者が災害発生時には「行政からの情報提供を受ける」としており、災害発生時に使用する行政の危機管理部署との専用線を敷設しているのは 39%、設置検討中は 10%、行政部署による「緊急割り込み放送」が可能となっているのは 37%であった。

災害防災に関するレギュラー番組があるのは 54%、そのうち「週 3 回以上」は 39%であった。番組の放送時間(長さ)は「10 分未満」が 16%で最も多いが、「10 分以上 30 分未満」が 15%、「30 分以上 60 分未満」も 13%あった。

### ③コミュニティ放送の課題

コミュニティ放送は「一の市町村の一部の区域の需要に応えるための放送」(放送法施行規則)であるため、放送事業者も零細な経営が多く、重点課題として「経営の健全化」「経営基盤の確立」「スポンサーの確保」など経営の問題が数多く挙げられた。特に地方の小規模都市、町村などを放送エリアとする放送業者にとってスポンサー確保は極めて厳しい状況にあり、行政等の支援は不可欠といえる。

災害防災との関連でいえば、「災害放送」を行った場合は、通常放送のスポンサーへの「返金」が必要となるケースも多く、災害放送に注力すればするほど経営的な厳しさが増すという状況に直面している。コミュニティ放送のほとんどの事業者が行政との災害防災協定を結び、その他にも多様な公共的役割を担う存在でありながら、一般的な商業放送の形態をとることの矛盾が表出しているといえよう。

災害時の対応も含め、平常時の問題として、コミュニティ放送を地域政策の中にどのように位置づけ、地域メディアとしての充実を図っていくかは、極めて公共的な課題である。

### ※臨時災害放送について

- ・臨時災害放送局は同じく放送法に規定する「臨時かつ一時の目的のための放送」(臨時目的放送)のうち、「暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生した場合に、その被害を軽減するために役立つこと」(放送法施行規則)を目的とする放送を行う。口頭による申請によって、即座に免許の発行と周波数の割り当てが行われることもある。
- ・極めて広域におよぶ東日本大震災の被災地では、20 を超える臨時災害放送局(東北総合通信局の公表データでは、開局免許数は岩手 7、宮城 12、福島 5、計 24)が立ち上がった。災害放送の役割終了とともに閉局、一部はコミュニティ放送局に転換(大船渡市・FM ねまらいん etc.)。
- ・正確かつ迅速な情報提供を担うコミュニティ FM が災害時に必要かつ十分な役割を果たすためには、平常時から行政との連携が極めて重要であり、また放送を通じて地域社会から認知され、地域社会の信頼を獲得していることも必要である。

## 2. ケーブルテレビ

- ・ケーブルテレビはケーブル(同軸ケーブル、光ケーブルなど)を用いる有線放送、現在では TV 放送だけでなく、インターネット接続や電話などのサービスも提供、全国の事業者数は約 600
- ・テレビ放送については、地上波テレビ放送、BS テレビ放送、CS テレビ放送などのほか、コミュニティチャンネルによる自主放送を提供。行政情報や地域の話題、地域のスポーツ中継なども。
- ・ケーブルテレビ局がコミュニティエフエム放送事業を行う事例もある

(株)ケーブルメディアワイワイ(FM ひゅうが・延岡市)

ケーブルテレビ(株)(とちぎシティエフエム・栃木市)など

以上

### ※参考資料

富田晋司「コミュニティ放送に関する研究『コミュニティ放送研究』中間報告－2012 年アンケート調査を中心に－」, 日本広報学会(「日本広報学会・第 18 回研究発表大会予稿集」所収), 2012